

Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten

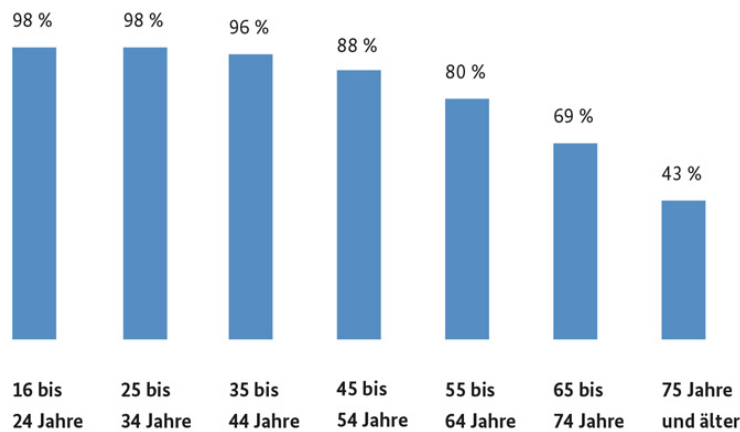
Ergebnisse einer Verbraucherbefragung zur Nutzung von OTT-Diensten sind die Basis für Marktbeobachtung und Verbraucherschutz der Bundesnetzagentur

Ergebnisse einer Verbraucherbefragung zur Nutzung von OTT-Diensten sind die Basis für Marktbeobachtung und Verbraucherschutz der Bundesnetzagentur

[Nutzung von OTT-Kommunikationsdiensten in Deutschland \(pdf / 8 MB\)](#),
[Kurzfassung: Nutzung von OTT-Kommunikationsdienste \(pdf / 783 KB\)](#)
[Methodenbericht \(pdf / 290 KB\)](#)

In Deutschland nutzen rund 83 Prozent der Bevölkerung OTT-Kommunikationsdienste, die über das offene Internet erbracht werden. Eine hohe Affinität zu OTT-Kommunikationsdiensten besteht vor allem in jüngeren Altersgruppen. So liegt der Nutzeranteil in der Gruppe der 16- bis 24-Jährigen schon bei 98 Prozent, während dieser in der Altersgruppe der über 75-Jährigen nur 43 Prozent beträgt.

Starke Nutzung von OTT-Kommunikationsdiensten bei den jüngeren Zielgruppen



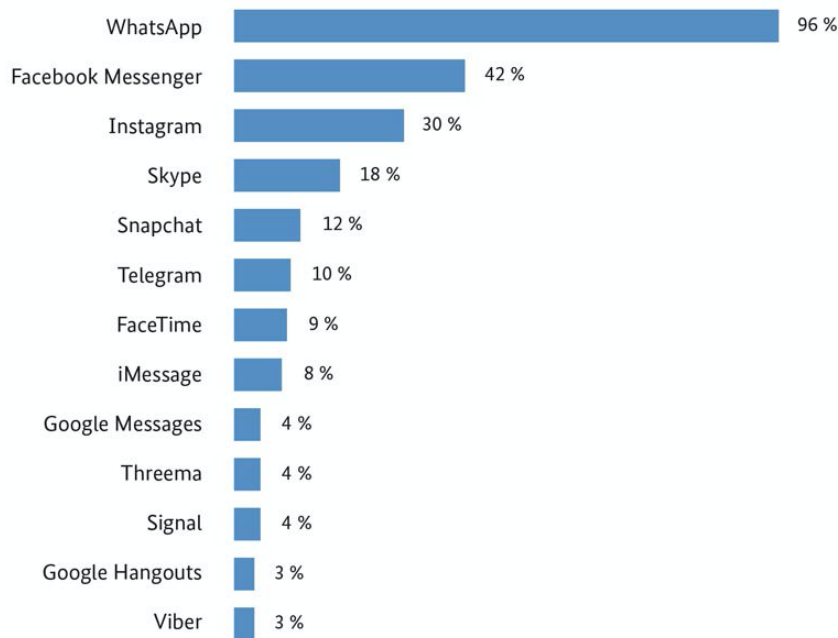
Quelle: Eigene Darstellung. Basis: Alle Befragten, n = 2.210.

Nutzungsanteile

Folgende Dienste werden in Deutschland von den OTT-Nutzern am häufigsten verwendet: WhatsApp (96 Prozent), Facebook Messenger (42 Prozent), Instagram (30 Prozent), Skype (18 Prozent) und Snapchat (12 Prozent).

WhatsApp wird von OTT-Nutzern am häufigsten verwendet

Nutzeranteil in %



Quelle: Eigene Darstellung. Basis: Nutzer OTT-Kommunikationsdienste (Mehrfachnennungen möglich), n = 1.858. Die nicht abgebildeten OTT-Kommunikationsdienste sind im Folgenden nach absteigenden Nutzeranteilen aufgeführt: Line (2 %), Google Duo (1 %), WeChat (1 %) und Sonstige (jeweils unter 0,5 %).

Multihoming

Viele Nutzer verwenden mindestens zwei verschiedene OTT-Kommunikationsdienste parallel. Das bedeutet, fast zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) betreiben sogenanntes Multihoming.



Quelle: Eigene Darstellung. Basis: Nutzer OTT-Kommunikationsdienste, n = 1.858.

Kommunikationsvolumen wächst

Die neuen Möglichkeiten der elektronischen Kommunikation haben das Kommunikationsverhalten insgesamt verändert. 61 Prozent der befragten Nutzer gaben an, dass sie durch die Verbreitung der OTT-Kommunikation grundsätzlich mehr kommunizieren als vorher.

„Kommuniziere durch das Hinzukommen von OTT-Kommunikationsdiensten...“

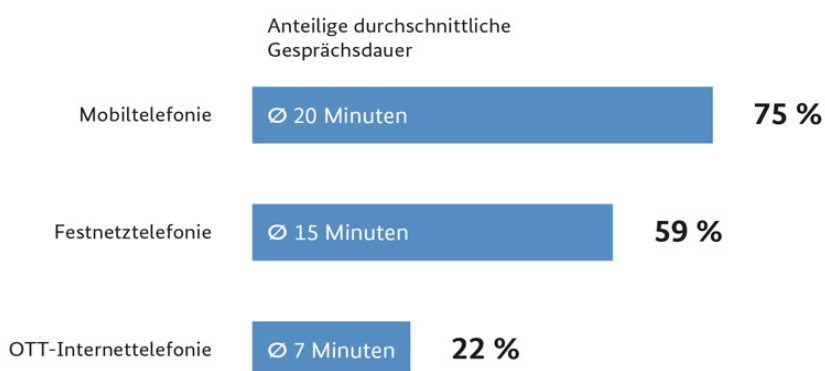


Quelle: Eigene Darstellung. Basis: Nutzer OTT-Kommunikationsdienste, n = 1.858.

Mobilfunktelefonie und klassische Kommunikation

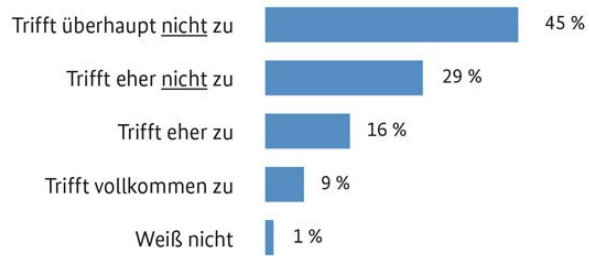
Die Nutzung klassischer Telefonie ist weiterhin deutlich beliebter als die Internettelefonie über einen OTT-Kommunikationsdienst. Für Zwecke der Sprachtelefonie greifen OTT-Nutzer weiterhin häufiger und intensiver auf Mobilfunk- (75 Prozent) und Festnetztelefonie (59 Prozent) zurück. Nur 22 Prozent nutzen regelmäßig die Internettelefonie-Funktion ihres OTT-Kommunikationsdienstes. Insbesondere die Mobilfunktelefonie hat eine sehr hohe Bedeutung für die Nutzer von OTT-Kommunikationsdiensten. 74 Prozent aller befragten OTT-Nutzer können sich nicht vorstellen, vollständig auf die Nutzung von Mobilfunktelefonie zu verzichten.

Sprachtelefonie lieber über Mobilfunk



Quelle: Eigene Darstellung. Basis: OTT-Nutzer, die gestern mindestens eine Minute telefoniert haben, n = 1.571.

„Ich könnte mir vorstellen in Zukunft komplett auf die Nutzung der klassischen Mobilfunktelefonie zu verzichten und stattdessen Telefonate nur noch über meinen OTT-Kommunikationsdienst abzuwickeln.“



Quelle: Eigene Darstellung. Basis: Nutzer OTT-Kommunikationsdienste, n = 1.858.

Pressemitteilung